

暑期境外亲子游别踩这些“雷”

高考、期末考试相继结束，孩子们终于迎来盼望已久的暑假，不少父母都会选择在这个长假期带孩子外出旅游。然而，家长和孩子在徜徉于美好风光、增进亲子感情的同时，也要小心防范旅游中可能出现的各种法律风险。近日，北京市房山区人民法院公布了3起暑期境外亲子游的典型案列，并就如何规避风险给家长们支招。

>>案例1

“免费游”被收押金 旅行社借故不退

高先生一家三口和邻居方女士与天天公司(化名)签订了《团队旅游合同》，约定4人共同参加该公司组织的中缅边境深度游。合同约定：旅游费用0元/人，另自行补加300元/人飞机票费用，不得强迫旅游者购物或参加另行付费项目。同时双方还口头约定：每位旅游者还需另行缴纳600元旅游押金，并需在旅游活动中人均消费满100元。

合同签订当天，高先生等人交纳了人均300元的飞机票费，并另行交纳了约定的旅游押金人均600元。而后，高先生等人按照合同约定时间出团旅游。

旅游过程中，高先生一家和方女士在导游的带领下先后购买了价值不等的茶叶、药材、木雕等商品。当来到一家珠宝首饰店时，高先生等人没有任何消费意愿，所以没有购买任何商品。在导游的要求下，方女士出具了一份手写证明，内容为“兹有方女士及高先生一家三口在行程中经旅行社告知喜欢就买、不喜欢就不买，自愿消费”。随后，高先生等4人继续随团完成剩余的旅行行程，未支出约定之外的吃住行及景点服务费。

行程结束后，高先生等人要求天天公司返还此前预交的旅游押金，遭到拒绝。最终，双方为此对簿公堂。高先生一家三口作为原告要求被告天天公司返还旅游押金1800元，并赔付强制消费违约金900元。

法院经审理认为，旅行社未能提供足够证据，证明其所主张因方女士代表其与高先生一家三口在行程中向导游出具书面证明，违反了双方关于不得签订书面字据的约定，以此判决旅行社返还高先生一家三口旅游押金1800元。但同时，高先生也没有能提供足够证据证明其在行程中购买的商品系受到强迫，原告主张违约金缺乏依据未获法院支持。



>>案例2

境外买到假珠宝 索加倍赔偿遭驳回

李女士的女儿在高考中如愿以偿考上重点大学。作为奖励，李女士带女儿一并参加了某旅行社组织的新马泰6日旅游。

在旅行过程中，李女士母女等游客在导游的带领下来到一家当地的宝石专卖店购物，女儿看中了一条做工精美的宝石项链，李女士花费2万元为女儿和自己分别购买了一条宝石项链。同时，专卖店还出具了两份产品证书，上面以当地文字及中文同时载明“兹保证所采购之宝石项链确为天然矿石物，若为人造假石，该店愿无条件退回原购买金额”。

行程结束后，母女俩很高兴地返回家中。经朋友提醒，李女士将境外购买的两条宝石项链拿到国家珠宝玉石质量监督检验中心进行鉴定，得知其均为合成尖晶石项链，价值远远低于两万元。

为此，李女士母女二人将旅行社告上法庭，索双倍赔偿。旅行社辩称，根据相关规定，游客在合同约定的购物场所买到假冒伪劣商品，旅行社仅应承担由此导致的直接经济损失，只同意赔偿两万元价款。

法院经审理认为，李女士母女二人与旅行社之间存在旅游合同关系，但其二人向境外商家购买项链的事实则属于买卖合同关系，二者并非同一法律关系。李女士母女要求旅行社承担买卖合同中经营者因出售假冒伪劣产品而导致的加倍赔偿责任，缺乏依据。法院最终判令旅行社赔偿李女士母女二人两万元。

>>案例3

参加自费项目受伤 损失自行承担

暑假期间，许先生夫妇二人带着刚刚结束高考的儿子参加了某旅行社组织的新马泰旅游。双方签订的《出境旅游合同》载明：自费项目，游客自愿参加，请注意自身安全及财产安全。

旅行中，许先生一家三口和其他游客一起自费参加了当地的海洋潜水项目。潜水结束后，返回岸上的途中，许先生的儿子突然摔伤，旅行社的领队及地接社的导游等人在联系相关人员对其进行急救后，将其送当地医院进行救治。许先生夫妇为此支付了医药费1万余元，并不得不停止了剩余的旅程，一直陪护儿子直至出院。

回国后，许先生代表其子将旅行社告上了法庭，认为该旅行社只是在行程中对游客进行

了简单的安全告知，并未提供旅游线路产品的详细说明书，也未垫付相关医疗费用，对此存在过错，要求该旅行社赔偿其子医疗费、护理费、护理费、住院伙食补助费、翻译费等损失近两万元，并退还旅游团费5千元。

旅行社辩称，许先生之子摔倒是其自身原因所致，旅行社已尽到提醒、警示及救助义务，并不存在过错，不同意赔偿其损失。

法院经审理认为，双方所签旅游合同中明确载明自费项目属于游客自愿参加，且游客应注意自身及财产安全，且旅行社在潜水之前已对包括原告在内的全部游客告知了相关安全注意事项。同时，在原告摔伤后，旅行社也及时将其送至医院救治，充分履行了安全保障义务，已尽到了必要的提示、协助及处理义务，不应承担赔偿责任。但鉴于原告在旅行过程中受伤，影响了随后的行程，致使涉案旅游合同无法继续履行，根据该合同的实际履行情况，酌判判令旅行社退还原告旅游团费2500元，并驳回原告其他诉讼请求。

◆法官提醒

境外亲子游 六招降风险

北京市房山区人民法院民二庭法官孙静波

称，通过上述案例可知，在带孩子外出旅游中，父母可能会面对强制购物、不合理收费、意外伤害等风险。对此，建议大家做好以下几点以降低境外亲子游风险：

选大牌旅行社

为了确保整个行程的愉悦度和安全性，建议最好选择具有一定资质和品牌知名度的正规旅行社出行。信誉好的旅行社往往拥有较为稳定的优质服务资源，即使将来确实出现纠纷时，这类旅行社通常也有足够的实力或财力承担赔偿责任。

细读旅游合同

游客签字之前最好完整地将全部合同条款逐一看完，对于其中涉及双方主要权利义务，尤其是限制游客权利、减免旅行社责任的条款以及需要另行支付费用的项目条款要充分研读，切忌因为贪图方便或价格便宜而草率签订合同。

留存相关证据

对于游客而言，证据的留存并不仅仅存在于旅程当中，而是从旅游合同签订后即开始进行。如：将双方所签旅游合同、旅行社收取各类费用的收据、发票等票据，境内外消费的各类小票、单据等，均应以妥善留存。

如实告知信息

出行前，最好事先对自己及孩子的身体状况有个初步的了解评估，判断是否适宜近期参与长途旅行，同时，在整个旅程中，还要根据自身及孩子的身体健康状况合理选择游玩项目，尤其是潜水、漂流、快艇、蹦极等具有一定风险的自费项目。

理性购物游玩

在旅程中，确实决定为自己或孩子购买特定商品时也要注意查看商家的营业执照、或商品合格证书等，如不懂当地文字，可向导游寻求帮助，或借助翻译软件查询相关信息，尤其不要因为冲动轻易购买珠宝、古董等高价商品，避免将来因退换货导致的各类纠纷。

购买旅游保险

可以考虑根据自身和孩子的具体状况以及不同旅游行程的个性化需要，尤其是可能会选择一些具有风险性和挑战性的游玩项目时，有针对性地购买旅游人身保险和财产保险，以分散在旅游中可能遇到的风险，妥善解决事后赔偿问题，同时最好随身携带好相关的银行卡或保险单据，便于事故发生后及时联系保险公司寻求救助。

(来源：中国消费者报)

驴妈妈发布《“朋友圈里的旅游”报告2017》

80%旅行者都是“炫游族”

□刘兵 李秋妍 李晓莲

暑期来了，当你顶着高温辛苦上班，别人却在朋友圈晒碧海蓝天，不少上班族直呼“过分的，老铁！”朋友圈直播式旅游已成为当下时尚——“去哪里不重要，关键是朋友圈能不能晒几张臭美照。”

驴妈妈旅游网CEO王小松表示，时下，越来越多人把旅游作为一种炫耀的资本，用美照刷存在感、刷出满足感。朋友圈的旅行照被一些网友称为比炫车、炫豪宅更让人嫉妒的行为；也激发了不少人的出游欲望，这种熟人的刺激、推荐，比广告效果来得更直接、更猛烈。另外，从朋友圈的旅行照也能看出很多门道，从某种程度上说，衡量一个景区或酒店够不够美，够不够让游客满意，就看游客发了几个朋友圈；哪些景观、服务细节能够引发游客拍照，就是一个旅游目的地最大吸引力所在，值得从业者关注、研究。

日前，驴妈妈旅游网综合活动中收集的用戶朋友圈晒照截图以及平台用户上传图片，

小视频等发布了《“朋友圈里的旅游”报告2017》。数据显示，超过80%的游客都是“炫游族”，70后的朋友圈最喜欢晒美景、建筑，80后最喜欢晒娃、晒酒店，90后旅游的时候最爱晒情侣照和美食。从性别来看，男生喜欢晒风景，女生喜欢晒自拍。出境游用户晒照频次高于国内游，大海、草原、高山、湖泊、花海等自然风光好的旅游目的地晒照指数高于主题乐园、动物园等人造景区。一个旅游目的地，男生平均晒照1次，而女生平均晒照3次；有的游客甚至采用全程直播式，游玩一天发了十几个朋友圈。朋友圈点赞数最多的旅行照是美景、美女、美食的创意照，点赞数少的旅行照是自恋气息浓郁的个人自拍大头照和诠释着“天上地下我娃最帅”的晒娃照。另外，在低空旅游、自驾游、体育旅游等项目中，游客更喜欢拍摄小视频展现旅游乐趣。

海滨城市出境率最高 三亚居首

驴妈妈品质跟团游品牌“开心驴行”数据

显示，游客朋友圈晒照频次最高的国内城市分别为三亚、大理、丽江、青岛、香港、厦门、上海、北京、桂林、杭州。

排名居前的城市多为海滨城市，在三亚、青岛、厦门，碧海蓝天、沙滩白帆是镜率最高的画面；而大理的苍山洱海、丽江古城、桂林山水、杭州西湖，也吸引游客捕捉山水之美；拥有天安门、故宫等重要景点的首都北京；以外滩、南京路、城隍庙闻名的上海，维多利亚港、太平山所在的香港，是不少外国游客以及国内其他城市游客心仪之地。

九寨沟、漓江、鼓浪屿、茶卡盐湖、凤凰古城、稻城亚丁、黄山、洱海、青岛栈桥是国内游晒照指数最高的景点。景区具有标志性、识别性的石碑或牌坊、景观，是游客“打卡”最多的地方。

酒店拍拍拍 外景成亮点

那些别具特色的酒店也成为人们“美拍”的重要场所。驴妈妈调研数据显示，上海半岛、金茂三亚太湾丽思卡尔顿、湖州喜来

登、上海外滩茂悦、杭州西子湖四季、青岛涵碧楼、杭州西溪悦榕庄、青城山六善、安吉帐篷客、香港丽思卡尔顿、安吉阿丽拉是游客晒照指数最高的酒店。

由此可见，国际顶级奢华酒店品牌和位于地标性建筑的酒店还是最受“炫游族”青睐。除了半岛、丽思卡尔顿、四季和悦榕庄这些耳熟能详的酒店品牌，一些奢华、小众、顶级的度假酒店品牌如六善、阿丽拉，也受到更多中高端消费者追捧。此外，坐落于青岛黄岛区的涵碧楼，酒店三面环海，半圆形的海岸线像个聚宝盆，独享270度的纯海景，不少富裕阶层选择来这里来个婚拍。值得一提的是，另一家可欣赏270度上海外滩江景的酒店——上海外滩茂悦，由于近年来在《小时代》和《欢乐颂》热播电视剧频频露脸，也成为不少影迷剧迷和明星粉丝到魔都之后必去的打卡地。

驴妈妈数据显示，酒店外观环境、露台景观、特色洗浴用品、特色美食、特色小装饰等是游客最爱晒的地方。一个竹节做的钥匙链、一双别致的拖鞋、一个民俗风情的窗帘等等，

大数据告诉你 2017上半年济南旅游的新鲜事

2017年上半年，济南人都去哪儿玩了？据大数据监测，济南人出游最喜欢的省份是江苏、河北、河南、安徽、浙江等，最喜爱的城市是北京、上海、南京、苏州、成都等热门旅游城市，北京故宫、上海迪士尼度假区、杭州西湖、南京夫子庙秦淮风光带、北京八达岭长城等景点成为济南游客的最爱。

在旅游产品消费方面，从济南出发的国内跟团游产品在2000—5000元的最多，占比为

57.5%，1000—2000元的占比25.7%，1000元以内的占比9.5%，5000元以上7.3%，表明济南人国内出游更追求舒适与品质。境外游方面，跟团游产品价格价格在2000—5000元的占比最多，为50.9%，其次是5000元以上的占比45.9%，2000元以内的占比仅为3.2%。

又有哪些省市的朋友喜欢来济南游玩呢？据大数据显示：除省内游客，其他游客多来自河北、江苏、浙江、辽宁、广东等省份，及北

京、天津、上海、青岛、苏州等高铁便利的城市。泉城悠久的历史文化对中年群体最有吸引力，30—39岁的游客占48%，40—49岁的游客占32%。越来越多的游客选择自由行，占比为72.1%，跟团游占比仅为27.9%。交通工具方面，选择火车出行的游客占50.7%、飞机占比25.2%、汽车占比为24.1%。

泉城是济南的别称，而“泉”也成为游客对济南的第一印象，“四面荷花三面柳，一城

山色半城湖”是对济南最好的描述，泉、湖、山给游客留下了深刻的印象。除了美景之外，游客对济南的第二印象当属济南的小吃，芙蓉街成了济南小吃的代名词，油旋提及次数最多，黄焖鸡米饭绝对是鲁菜中最火爆的，糖醋鲤鱼、九转大肠等也是游客来济南必吃的鲁菜，黑虎泉大碗茶是游客不容错过的老济南风情。随着上半年共享单车的大量投放，“骑共享单车，游老街老巷”成为泉城旅游新体验。

据大数据对酒店销售情况的监测，来济南旅游的游客，最青睐商务主题酒店，占比为46.3%，其次是休闲度假类酒店，占比为27.8%；而亲子时刻主题和浪漫情侣主题的酒店相差不多，占比分别为14.0%和12.0%。最受游客喜爱的商圈分别是：大明湖—泉城广场商圈、大观园—和谐广场商圈、高新区—奥体中心商圈，演出、展会、赛事带动了高新—奥体中心商圈的旅游热度。

济医广审字(2016)第1024—140号

征集100名“牙齿难看”者/报名热线：87878000



德国即刻5D美牙新技术落户圣贝口腔医院

1小时让成人歪龅畸形牙、黄黑色素牙、牙缺(损)失 立刻整齐美白

济南市医保定点医院 院址:历下区明湖东路6号(明湖天地E座)